



**ANALISIS FAKTOR PRIBADI, PSIKOLOGIS,
DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

MOBIL AVANZA

(Studi Kasus Pada Kabupaten Kudus)

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

NOVA LISAWANTO

NIM. 2011-11-136

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2017

**ANALISIS FAKTOR PRIBADI, PSIKOLOGIS,
DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL AVANZA
(Studi Kasus Pada Kabupaten Kudus)**

Abstraksi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas

Ekonomi Universitas Muria Kudus

Pembimbing 1

Mengetahui,
Ketua ProgDi



NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs. MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II

Mengetahui,
Dekan



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs. MM
NIDN. 0618066201



NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah (Al-Qur'an, Ar Rumm ayat 31)

Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam syurga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya, (Q.S. Al-Furqaan; 75)

PERSEMBAHAN :

1. *Yang Maha Besar Allah SWT bersama Rosull-Nya.*
2. *Kedua orang Tua TerCinta*
3. *Teman dan Shobatku senasib seperjuangan dalam suka maupun duka.*
4. *Almamater UMK,*


KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan berkah-Nya, sehingga skripsi dengan judul **ANALISIS FAKTOR PRIBADI, PSIKOLOGIS, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL AVANZA (Studi Kasus Pada Kabupaten Kudus)** dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis dapat membimbing dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, serta selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Supriyono, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis dan seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.
4. Seluruh responden konsumen mobil Avanza di Kabupaten Kudus.

5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga banyak memberikan dorongan sumbangan tenaga dan pikiran serta doa, sehingga tersusunnya skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Kudus, Januari 2016

Peneliti

Nofa Lisawanto

ABSTRAKSI

ANALISIS FAKTOR PRIBADI, PSIKOLOGIS, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL AVANZA (Studi Kasus Pada Kabupaten Kudus)

Oleh : Nova Lisawanto

Dosen Pembimbing I : Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM

Dosen Pembimbing II : Dr. Supriyono, SE, MM

Fenomena persaingan yang sangat kompetitif membuat perusahaan semakin menyadari pentingnya memaksimalkan aset-aset perusahaan. Permasalahan yang terjadi adalah ketidak keseluruhan berada pada keadaan ekonomi mampu, beberapa masyarakat cenderung belum mempunyai kepercayaan diri yang tinggi untuk berkendara mobil, kurangnya minat karena saluran distribusi yang cenderung lama serta masyarakat yang belum terlalu mengenai merek secara seutuhnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor pribadi, psikologis, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mobil Avanza baik secara parsial maupun berganda. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Jenis dan sumber data adalah data primer dan sekunder. Sampel yang diteliti sebanyak 68 responden. Pengumpulan data melalui daftar pertanyaan, dan dokumentasi. Uji instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, analisis data menggunakan uji regresi berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa baik secara parsial maupun berganda variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan ekuitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis satu sampai empat diterima. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor pribadi dengan koefisien regresi sebesar 0,347 dan Sig. 0,000.

Kata Kunci : Faktor pribadi, psikologis, dan ekuitas merek.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PERSONAL FACTORS, PSYCHOLOGICAL, AND BRAND EQUITY ON PURCHASE DECISION MOBIL AVANZA (Case Study On District Kudus)

By: Nova Lisawanto

Advisor I : Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM

Advisor II: Dr. Supriyono, SE, MM

The phenomenon of competition is very competitive making companies increasingly aware of the importance of maximizing the company's assets. The problem that occurs is the lack of overall economy is in a state capable, some people tend not to have high confidence to drive the car, lack of interest due to the distribution channel tends old and people who have not been too about the brand as a whole.

This study aims to examine the personal factors, psychological, and brand equity on purchasing decisions Avanza either partially or multiple. This type of research is quantitative descriptive. Types and sources of data are primary and secondary data. The samples studied were 68 respondents. Collecting power through a list of questions, and dokumentasi.Uji instrument through validity and reliability test, analysis of data using multiple regression test, test hypotheses, and the coefficient of determination.

Results of the data analysis conclude that either partially or multiple variable personal factors, psychological factors, and equity positive and significant impact on purchasing decisions, so that the hypothesis of one to four acceptable. The dominant variable affecting consumer purchase decisions are personal factors with a regression coefficient of 0.347 and Sig. 0,000.

Keywords: personal factors, psychological, and brand equity.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Faktor Pribadi	6
2.1.1. Pengertian Faktor Pribadi	6
2.1.2. Elemen-Elemen Faktor Pribadi	7
2.1.3. Indikator Faktor Pribadi	8
2.2. Faktor Psikologis	9
2.3. Ekuitas Merek	
2.4. Keputusan Pembelian	16
2.5. Pengaruh antar Variabel Penelitian	21
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.7. Kerangka Teoritis	26
2.8. Hipotesis	28
BAB III. METODE PENELITIAN	29
3.1. Rancangan Penelitian	30
3.2. Variabel Penelitian	29

3.3. Jenis dan Sumber Data	32
3.4. Populasi dan Sampel	32
3.5. Metode Pengumpulan Data	33
3.6. Uji Instrumen Data.....	34
3.6.1. Uji Validitas.....	34
3.6.2. Uji Reliabilitas	38
3.7. Pengolahan Data	40
3.8. Metode Analisis Data	41
3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.8.2. Koefisien Determinasi	43
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.1.1. Profil Kabupaten Kudus	45
4.1.2. Profil Mobil Avanza	45
4.2. Penyajian Data	47
4.2.1. Identitas Responden	47
4.2.1.1. Identitas Responden	47
4.2.1.2. Tanggapan Responden terhadap Variabel	50
4.3. Analisis Data	53
4.4. Pembahasan.....	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1. Hasil Perhitungan Validitas Faktor Pribadi	35
Tabel 3.2. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Psikologis	36
Tabel 3.3. Hasil Perhitungan Validitas Ekuitas Merek	37
Tabel 3.4. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Keputusan Pembelian	38
Tabel 3.5. Hasil Pengujian Reliabilitas	39
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban Faktor Pribadi	50
Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Variabel Psikologis	51
Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban Ekuitas Merek	52
Tabel 4.7. Frekuensi Jawaban Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.9. Nilai T Hitung (Pengujian Parsial) (Dengan Signifikan = 5% uji dua sisi)	56
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Berganda (Dengan Signifikansi = 5%)	59
Tabel 4.11. Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Gambar Kerangka Pikir	27

